

海外視察報告 [タイ・バンコック]	1
業界よもやま話 その33 [2007年12月～2008年2月]	2
シリーズ1 リスク・マネジメントと企業経営 その48	4
シリーズ2 製品表示と消費者の知る権利	4

お客様紹介広場 [株式会社大黒屋様]	5
わいわい輪へど	5
駐在員便り 雇用慣行賠償責任保険	6
新入社員紹介	6

海外視察報告 [タイ・バンコック]

Thailand
Overseas Business Report

久しぶりにバンコックに行ってきた。今回のタイ出張は、昨年7月に経営陣の一人としてワールドグループに参画してから初めての海外出張である。

首都バンコックへの本格的な業務出張は1994年～1998年の頃に金融事業の展開を目的に幾度も通って以来約10年ぶりである。この間プライベートゴルフや1泊程度の駆け足出張は何度あったが、そんな折に800万人超の人々が暮らす（東京の都区部にほぼ匹敵）大都市の変貌ぶりに目をやる余裕もなく、今回はあらためて街並みの変化に目を見張った。

十数年ぶりの首都バンコックは、1997年のアジア通貨危機を乗り越えて大きく変わっていた。いや、変わったというより変化の真っ只中の勢いが伝わってくることに感動したというのがあたっている。林立するオフィスビル群とあちこちに点在する大規模SC、目抜き通りの高級ブランド街。それらのモダンな建物の中を明るい笑顔で賑やかに行きかう若い人々。少しそれると、間口の狭い種々雑多な店や屋台が所狭ましと道路際に連なっていて一瞬昔の記憶を蘇がえらせるが、その風景さえ、力強さと勢いのあるものに見えたから不思議だ。同行していた当グループ ワールドインシュアランスサービス社長の前田も、目の前の光景に触発されて20年前の原風景に浸っているようだった。排気ガスで終日黄褐色に滲んでいた都会の空の下を、道路という道路を埋めつくして喘ぎながら走っていた汚れた二輪バイクの姿はなく、時には青空が見える空の下をピッカピカの車の群れ



Thai ReのCEO Mr. Surachai Sirivallopと数井(左)

が通り過ぎ、しかも混乱を極めた渋滞も起きずに流れている様は驚きに近い。今まさに、20歳迄の人口が3割を超え年齢構成のピークが25歳～29歳の世代で占められている若い国とは、こんなに強さを感じさせるのかと、感慨を深くした。

滞在中、ノンバンク、内外保険会社、日系保険ブローカー、現地再保険会社、JETRO等を訪ねて情報収集や意見交換をした。総じて、農産物製品中心の経済構造からIT・化学製品・機械製品への構造変化や、政府による積極的な法整備の推進を背景に量的な拡大から質への転換及び市場の正常化に向かっている状況がみて取れた。特にThai Reinsurance Public Co., Ltd.のSurachai社長からはストレートな助言に加えて高い見識と洞察力に富む意見を得られ、また今後の緊密な関係維持についても同意を得られて、意義深い訪問であった。

ワールドサービス株式会社

代表取締役社長 数井 純一



12/3 三井住友海上 中国現地法人正式開業

三井住友海上は、中国での関連当局の手続きをすべて完了し、同社中国現地法人「三井住友海上火災保険（中国）有限公司」を正式に開業した。中国の保険監督管理委員会から同社上海支店を独資現地法人に変更する認可を取得後、中国関連当局の手続きを行ってきたが、すべての手続きが完了し、正式開業が可能となった。これにより、上海では、同社が日系損保で初の現地法人開設となり、中国全土における拠点網は外資保険会社で最大規模を誇る。現地法人の開業に伴い、これまでの同社上海支店業務は全面的に当該現地法人に移管されるが、今後も中国関連当局の認可を経た上で、上海以外の主要都市の駐在員事務所を現地法人傘下の支店に昇格させ、上海現地法人を中心として、中国で事業展開する顧客にベストなリスクソリューションを提供していく。

12/6 損保ジャパン 支払相談窓口、全地域で本格展開

この窓口は、保険金支払部門（サービスセンター）とは別の部門に設け、サービスセンターでの対応が終了した後も顧客からの相談や異議の申し出を受け、支払対象とならなかった理由に妥当性があるか否かを再確認するもので、2007年7月以降一部地域で試行実施していた。利用対象者は契約者・被保険者（補償の対象となる者）で、対象保険種目は自動車保険、第三分野商品（疾病を補償する新・長期医療保険、所得補償保険、長期がん保険など）。実施業務は、保険金支払の対象とならなかった顧客からの相談や異議の申し出を受け付けること、保険金支払の対象とならない理由に妥当性があるか否かを再確認し、その結果を契約者等顧客に説明すること。また、顧客への案内方法としては、保険金支払の対象とならなかった場合、サービスセンターから書面での対応の終了を顧客に報告する際に「支払相談窓口」を案内する。また、オフィシャルホームページに「支払相談窓口」の案内を掲載した。

12/6 珠玉の三行句

私たちは日ごろ言葉の洪水の中で生きており、いわば言葉に取り巻かれて一日を送っているといってもよい。でも、そのうちに時々にはっと胸打つ言葉に出会うことがある。それらはいずれも古今東西の先人たちのたゆみない精進と深い洞察力によって生み出された智恵に満ちたものであり、その人たちの厳しい生き方が凝縮された心の言葉である。中でも私は三行句が大好きである。「三」は三脚で分かるように安定感がある。一では心もとない、二では不十分、「三」で初めて落ち着くといった空気が「三」には漂っている。また、「三」はほかの数字と比べて何となく柔らかである。お見合いは当人同士だけでは気まずいが仲人という「三」人目が入ると座は和むし、あの大岡裁きの三方一両損などもこの類であろう。そのほか、「三」には程よい、おさまりのよさがある。「石の上にも三年」「駆けつけ三杯」「三人市虎を成す」の「三」は多すぎもせず少なすぎることもない数字であるし、「御三家」「世界三大○○」「三猿」など事柄の全体像をくくる時の表現にもぴったりである。このように、「三」にはほかの数字にないさまざまな顔があるから、それを生かした三行句には素晴らしいものがたくさんある。

12/14 東京海上日動、エジプトでタカフル合併会社

東京海上日動は、エジプトで、Egypt Kuwait Holding Company, S.A.E.と合併でタカフル会社を設立する。タカフルには生命保険に相当する「ファミリータカフル」と、損害保険に相当する「ゼネラルタカフル」があるが、同社は生保、損保それぞれの会社を1社ずつ設立し、08年中の営業開始を目指す。世界的な規模で急成長している「イスラム金融」の中で、「タカフル」もイスラム圏の国々を中心に非常に注目されている。同社は、2001年にサウジアラビアでタカフル事業に参入して以来、日本企業における「イスラム金融」の先駆者として、インドネシア、シンガポール、マレーシアでタカフル事業を展開し、元受、再保険（リタカフル）の引受を拡大してきた。今回、同社5番目のタカフル事業の拠点となる新会社をエジプトに設立し、同事業をさらに発展させていく。同社は現在、すでにEKHがエジプト保険監督庁（Egyptian Insurance Supervisory Authority=EISA）から、新会社のタカフル事業免許を取得し、今後EISAから開業認可を受けた後、速やかに会社を設立し、08年中の営業開始を予定している。

12/19 人間の目・耳・鼻・口

灰谷健次郎さんの小説「天の瞳」にこんなくだりが出てくる。——あんなは楽しそうだ。「灰高先生の話やけど、少林寺拳法は、人間の五感を研ぎすますための修行や、という。それは、ま、分かる。目・耳・鼻・口の解釈がおもしろい」子どもたちは身を乗り出した。「目は、にせものか本物か、見分けるためにあるという」「耳は、人の言うことが嘘か、誠か、聞き分けるためにあるそうや」「鼻は、こいつは頼りになる奴か、ええ加減な奴か、嗅ぎ分けるために、ついと」と「口は、自分が思ったことを素直に言うためにあるので、利害関係を求めるために使うものやない。そう灰高先生はオレにいう」（中略）——この言葉を聞いている子どもたちの顔は本当に輝いているように見える。目はただ物を見るだけにあるのではない、耳は聞こえてくるだけを受け身で聞くためにあるのではない、鼻は物の臭いを嗅ぐためだけにあるのではない、口は得になることだけを言うためにあるのではない……なるほど神様は人間と人間とがちゃんと暮らしていけるように、それなりの機能を授けてくださったのだと先生は言いたいのであろう。

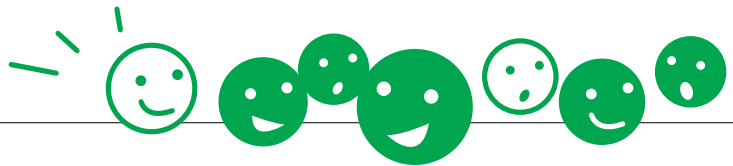
1/10 東京海上日動 自動車保険改定

東京海上日動では、「商品・事務・システム抜本改革」の第一弾として自動車保険の商品改定を実施する。今回の改定では、大規模なシステム投資を行った上で、商品・事務・システムを顧客の視点でゼロから設計し直し、「万が一の事故の際のあんしん」だけでなく「自動車保険にご加入いただく際のあんしん」をコンセプトに、商品の「簡素化」と「高付加価値化」を両立し、本当にわかりやすい商品を実現するもの。



1/18 ワーキング・プア対策こそ今年の優先課題

格差問題の焦点は下層での「貧困」にある。しかも怠けているからでなく、正社員並みに働いていてもぎりぎりの最低生



活すらおぼつかない。努力しても報われない、将来への希望も持てないという、ワーキング・プアの状況が問題なのだ。格差容認思想の背景には、市場主義、自由経済の重視があると思われる。格差があるから努力するし、経済は活性化するというのだ。しかし旗頭の一人である竹中平蔵教授ですら、貧困の分析が必要だと発言している。このことは注目される。ワーキング・プア増大による悪影響は、日本社会の健全性の土台をむしばみかねない。現に、2002年以降の経済の回復にもかかわらず好景気が実感されない主因は、個人消費の低迷にある。政府は経済成長を旗印に掲げているが、勤労者の所得は増えず、リストラによる失業や、年金など将来への不安が、マクロ経済的にみた消費を低迷させ、成長阻害要因になっている。正社員の層が薄くなることは、企業組織内での技能の伝承や人材育成機会を失わせ、日本の競争力を低下させる。また働いても家族を養えないことが、少子化の原因にもなっている。ワーキング・プア問題に対する世論の声も大きくなっており、改善への兆しは見え始めている。先般、私鉄労連が重点方針として、非正規労働の改善を取り上げ、経営側も、非正規労働者の正規化に前向きとの報道があった。また当業界でも、三井住友海上が、非正規社員の正規化を実施することが報じられた。

1/30 アフラック「意向確認書」を電子化 生保業界で初

アフラックは保険の申込み時のペーパーレス化とスムーズな加入手続きを実現するため、同社独自の電子申込みシステム「e-App」上で電子化された「意向確認書」の提供を開始した。2007年4月から、同社は金融庁による「保険会社向けの総合的な監督指針」に基づき、顧客から保険加入の申込みの際、顧客自身のニーズに合致した最適な保険商品であることを確認するための書面として「意向確認書」を受領している。このほど、電子申込みシステム「e-App」の新たな機能として、画面上で意向確認作業を行い、顧客の電子署名が入った「意向確認書」を契約引受部門へ送信する機能を開発した。これにより、すでに同システム上で電子化されている「申込書」「告知書」と合わせて、生保業界で初めて申込みに必要な書類手続きをペーパーレスで完結することができるようになった。従来の郵送による手続きに比べ、契約成立までの事務処理に要する日数が短縮されることで、顧客により迅速に保障提供できるようになるほか、自動チェック機能による書類不備の未然防止によってアソシエイツ(販売代理店)の業務負担が軽減されるなど、顧客やアソシエイツにとってさまざまなメリットが期待できる。

2/4 ニッセイ同和損保、自動車保険改定

今回の改定は、顧客に「真に必要な補償」を「わかりやすく」提供することが目的で、すべての補償・制度の内容を再検討した上で、運転者年齢条件・運転者範囲限定の大幅なシンプル化と補償範囲の拡充、枝葉末節的な特約・給付の売り止めなど、補償の拡充、特約の統合・廃止を実施。その結果、主な特約はこれまでの63種類から46種類に、うち給付にかかわる特約は46種類から35種類に減少した。また満期案内も全面改訂し、ビジュアル化、契約内容説明機能、コンサルティング機能の大幅な強化等顧客への説明の充実を図った。

2/6 新聞の逆めくり

「パパは時々新聞を後ろからめくりながら目を輝かせているわね」と妻が言うくらいだから、おそらく以前から気がついていただろう。たしかに、その時々で気分が新聞を後ろから逆めくりで読んでいる。言うまでもなく、新聞は1面から読んでいくのが普通のスタイルだが、マンネリ化した毎日の暮らしに少しでもアクセントをつけてみようと思いついた読み方を思い立ったのがもう10年ほど前のこと、今も週の半分くらいはこの読み方で始めている。新聞は有力な情報源であり刺激剤であるが、高度経済成長と一億総中流化に歩調を合わせるかのようにおしなべて編集の画一化ができてしまった。1面では、“現在”の重要な動きを知らせ、社説や論説は“未来”を見据え、次いで現れる政治、国際、経済、地方、社会の各面では移り変わる“現在”の状況が手に取るように分かる。その間にある投稿欄はどちらかと言えば“過去”にウェイトがかかっているし、文化・生活情報面は“現在”から“未来”への橋渡しの役割があるように思う。私たちもずっとこのページ順になじんできたわけだが、必ずしもこのとおりに読まなければならないことはない。編集が画一的であるのなら、読む時くらい一味違うやり方があっていいのではないかと、逆めくりを始めたわけである。

2/19 アフラック がん保険一部改定

アフラックは、主力商品「アフラックのがん保険 f(フォルテ)」の保障内容を一部改定して新たに発売するとともに、既契約者向け専用商品「ご契約者のためのがん保険 f(フォルテ)」も発売した。「フォルテ」では、先進医療部分を保障の手厚い新特約「がん先進医療特約」に変更し、現行の終身に加えて「10年払済」を新設し、最低契約年齢の引き下げを行ったもの。

2/21 出る杭

若いころお仕えしたK課長の信条は「凸の仕事をしろ」であった。曰く「物事は多面的に見よ、そして積極果敢に。上司から言われなくても突き出た凸の仕事を目指せ。問題が出れば自分が直してやるから…」と。逆に言うと、凹の仕事は初めから手抜きをして上司に穴埋めをしてもらおうという、さもない魂胆だと言われる。“上司を突き上げるくらいの凸の仕事”とは何とも刺激的、魅力的で当時私も「凸の仕事、凸の仕事」と呪文のように唱えていたものである。だが、これを真に受けてやり過ぎると、同僚や周りからねたまや羨望、憎しみを受ける羽目になる。「足の引っ張り合い」は役所や会社など、どこの社会にもあることである。殊に嫌われるくらいの“吐き出し組”はもともと弱者ではないから、次第にしたたかさを身に付けつつあるのを周囲はあまり面白く感じないのであろう。いつだったか、愛知県足助町であったフォーラムで「出る杭がくさらない5か条」なるものを聞いたことがある。①批判されるのは無視されるよりましと喜ぼう ②足を引っ張る人を敵と思わず、辛抱強く巻き込もう ③分かってくれる住民、隠れたファンはいると思う ④町が好きなら、自分の口マンにかけられるはず ⑤少なくとも5年間は続けよう というものだった。この中の“住民”を“社員”に、また“町”を“会社”に置き換えたら、われわれにも当てはまる5か条になる。「うちにもそんなはみ出し職員がいたらなあ」と、うらやましそうにつぶやいた首長がおられたのはうれしかった。

リスク・マネジメントと企業経営

その48

日本リスクマネジメント協会理事長 慶應義塾大学 名誉教授 前川 寛

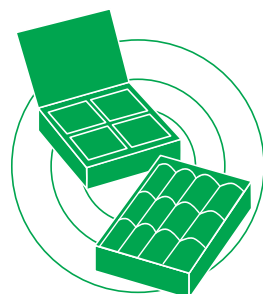
昨年(2007年)8月に石屋製菓(北海道札幌市)の「白い恋人」で賞味期限改ざんが発覚、さらに10月12日には老舗の「赤福餅」(三重県伊勢市)で製造日改ざん(冷凍保存した赤福餅を再包装して出荷)が発覚するに及んだ。そして、34年前から製造日や原材料表示の偽装をしていたことが明らかになり、日本農林規格法(JAS)に基づき農林水産省から業務改善の指示を受けた。

その後18日には、農林水産省の調査で、食品衛生法に違反した不正出荷(店頭売れ残り品を回収し、製造日と消費期限を改ざんして再出荷)が判明した。翌19日、三重県は無期限の営業停止を命じた。続いて名古屋工場、大阪工場も無期限の営業停止処分となった。

19日の日本経済新聞は次のように報じた。「18日の記者会見で、『会社ぐるみではないか』との問いには、『結果として長年の習慣で行われてきたのは事実。

(餅とあんを分離する)作業の存在は知っていたが、具体的にどのような処理がされていたかは認識不足だった』と、曖昧な答えに終始した」。そして、「25日、製造日を改ざんした商品の売上率や返品率などが同社の取締役会に報告されていたことが関係者の話でわかった。農水省や三重県は、同社幹部が不正を認識した上で組織ぐるみで商品の偽装を行っていた可能性が高いと見て法令順守の見直しなど改善計画を求めている」。

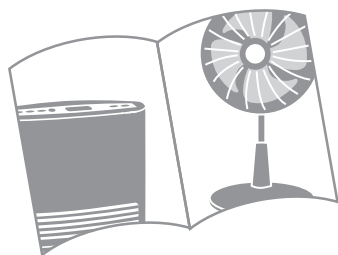
12月25日、このような食品偽装が相次いだ菓子業界で、大手菓子メーカーのうち約3割が品質管理や法令順守体制に問題のあったことが農林水産省の調査でわかったという。



製品表示と消費者の知る権利

技術コンサルタント(技術士) 松本 俊次

長い年月使用されてきた家電製品や石油暖房器具などの消費者製品による重大事故の発生を報ずるニュースが、最近、しばしばマスコミを賑わしている。長期にわたり使用された家電製品などに用いられている部品類は、経年劣化が進み発熱や発火などの危険事象を起こす確率が高くなっている。しかし消費者製品は、生産財である産業機械などとは異なり、ユーザーが定期的に適切な保全点検を実施するわけではない。ユーザーである一般の消費者は、高経年製品を使用し続けることによる経年劣化リスクを認識しているわけではないからである。また、製品カタログや取扱説明書などを通じて、その製品を安全に使用できる耐用期間を知らされているわけでもないから、何の疑いもなく長期にわたり使用し続けてしまう。



本来、扇風機であるとか石油温風暖房機のような電気エネルギーや燃焼熱エネルギーを利用・保有する製品は、経年劣化により安全に使用できる耐用期間がある。したがって、高経年製

品事故を防止するには、カタログや取扱説明書に耐用年数を明確に表示することにより、消費者であるユーザーにその危険性を伝えることが重要な事故防止手段となる。

このため経済産業省は、事故が多発している消費者製品に対して耐用年数の表示を義務付ける方向で動いている。一般に製品ユーザーである消費者が、自らが使用する製品の耐用期間を製品表示により知ることは、製品を安全に使用する上で極めて重要な意味をもつ。耐用年数に関する製品表示は、使用上の危険を伝えるための警告文と同様、重要情報といえる。

米国では1960年代の初頭、ケネディ大統領が特別教書を通じて「製品に関して必要にして十分な正しい情報を受ける権利がある」という消費者の権利を提唱した。後に、この「必要にして十分な正しい情報を受ける権利」を消費者が侵害されないようにと「簡易言語法」、「消費者製品保証法」などが制定され、消費者に対する重要情報の表示のあり方が規定された。

わが国の製品メーカーも、消費者に重要情報である耐用年数をいかに表示し伝達すべきかを考えなくてはならない時代になってきた。

所在地	〒810-0004 福岡市中央区渡辺通5-24-21 TEL 092-713-6666 (代表)
代表者	松藤 俊司
資本金	3億5,306万円
従業員数	310名(派遣社員除く)
設立	昭和54(1979)年 5月23日
事業内容	チケット・金券類の売買 ブランド品(宝飾・時計・バッグ等)、電化製品(パソコン・デジカメ等)の中古・新品の売買、質屋業
店舗数	59店舗 (東京地区35、関東地区9、北海道・東北地区2、北陸地区1、中部・関西地区3、九州地区9)
ホームページ	http://www.e-daikoku.com/

大黒屋様は1981年、福岡県福岡市でチケット商として開業されました。以来およそ20年、目利きを最大限に発揮し、また世の中のトレンドを的確に把握することにより、皆様に確かな商品を需要に応じた価格で提供し続けてこられました。その結果、多くのお客様からの信頼を獲得することに成功されています。

東京に進出されたのは1989年でしたが、1995年度には総売上高251億円で業界第一位となり、ほどなく、年商600

億円を達成するまでに成長されています。

現在では、ブランド品・宝石・時計など着実に増えてきた取扱品目に対応し、

特にブランド品取扱店舗である「大黒屋ブランド館」の多店舗展開を積極的に進められています。また、店舗での取引に加えインターネットでの取引を実現し、リアル(店舗)とバーチャル(インターネット)を融合させることでブランド品・電化製品の取引にお客様一人一人が自由に参加できるマーケットを創出されました。

最近ではブランド品事業をさらに伸ばし、収益拡大を図るべく、買取・質屋のフランチャイズ事業を展開され、店舗数を来年3月までに現在の約2倍の100店を目標に掲げ、大都市の駅周辺にとどまらず、郊外にも店を広げ全国に中古ブランド品の買取拠点を増やされています。

大黒屋様は、安心・健康で文化的な生活の一助となるべくお客様のニーズに応えるべきニッチ産業のコングロマリットとして、日本社会の縁の下を支える企業でありたいと考えられています。

チケット大黒屋

皆

様にはいつも大変お世話になっております。ワールド保険代行東京の木村です。

さてペットブームと言われている昨今、ペットを飼っていらっしゃる方も多いことと思います。厳しく躾をしているつもりでいても、おやつをねだるしぐさなどについつい甘やかしてしまうことも…。我が家もそんな犬のいる生活を送っております。

まだ最初の犬を飼いだして半年ほど過ぎた頃のことです。ある日の早朝、バツタン・バツタンと今までにない大きな物音で目が覚め、何事かと慌てて犬のいるリビングのドアを開けてびっくり、なんと白かったはずのじゅうたんが一面真っ黒に!「……。」あ然とする



私たちをしり目に、よほど楽しかったと見えて、何ともいえぬ得意気な顔でカラのプラスチックの植木鉢をくわえて振り返る(小悪魔のような)犬

…。そしてその傍らには引き抜かれ根をむき出しにされて生気を失ったベンジャミンの幹。そうです、大き

な物音とはヤツが部屋の隅にあった小ぶりの観葉植物に目を付け、右へ左へと幹ごと振り回して土をばらま

き、しまいには全てを出し切った植木鉢を床に叩きつけていた音だったのです。まだ薄暗い早朝から出勤前まで掃除機をかけ続けたおかげで、土を吸いすぎた掃除機までお払い箱となり、これまた手痛い出費。その後の数日間、どこからともなく家の中に土を発見する日々が続いたのは言うまでもありません…。

そんなヤツも4歳となり、だいぶ落ち着いてきたかな? と思っていた矢先、昨年我が家に増えた1歳になる弟分が、今度は和室の畳の井草を引き抜き、まるで芝生のようにしてくれております…(気が付くと範囲が広がっています)。そんなやんちゃぶりに肩を落とすこともあります、どんなに遅く帰宅しても、毎晩飽きることなくちぎれんばかりにシッポをふって、玄関で私を迎えてくれる犬たちに、いつの間にか騙されてしまっている気がする今日この頃です。

ワールド保険代行株式会社(東京)

執行役員 木村 彰男



雇用慣行賠償責任保険

雇用慣行賠償責任保険 (Employment Practices Liability Insurance) という比較的新しい保険があります。企業や公共団体が従業員や採用応募者から差別や不当解雇といった行為を受けたと主張された場合に対応する保険です。この保険では次の危険がカバーされます。

- 違法な解雇
- 差別 (性別、年齢、宗教などを理由とした)
- セクシュアル・ハラスメント
- 雇用契約の違反
- 従業員の業績評価において怠慢行為があった
- 従業員の昇進の機会を奪った、または、昇進機会を提供しなかった
- 従業員福利厚生プランの管理を充分に行わなかった 等

現在、このような雇用に関する雇い主の賠償責任を原因とする訴訟が増大しています。平等雇用機会委員会 (Equal Employment Opportunity Commission; EEOC) によると、1993年10月から一年間に受け付けた訴状数は156件でした。しかし、10年後の2003年、同委員会が抱える雇用慣行に関する未処理の訴状は10万件を超えました。

2002年だけをとっても、セクシュアル・ハラスメントを原因とする13,000件の訴状が平等雇用機会委員会に提出されました。2003年における裁判での裁定額の合計は5千万ドル (55億円) を超えています。防御費用はこの数倍になります。

この保険が考案された当初は保険料も高く、引受保険会社も限られており、大手企業だけがこの保険を付保していました。しかし最近では中小企業の雇い主も、人種差別やセクシュアル・ハラスメントを理由に、訴えられるケースが増えています。理由の一つは、中小企業が雇用については、外部の機関に委託する傾向が増えているからです。雇用のみならず、人事部を丸ごとアウトソーシングする企業もあります。企業の人事の業務を請う会社は、大抵小規模で、雇用に関わる法的な賠償問題について十分な理解をしていないことがあります。その為、雇用慣行賠償責任リスクにさらされることになります。また、2007年2月に平等雇用機会委員会から出された「雇用に関わる人種や民族差別の撲滅 (Eradicating Racism and Colorism in Employment; E-RACE)」という国民発案も訴訟増大に影響を

与えています。発案は企業や公共団体に注意を喚起することが目的ですが、同時に、従業員や採用応募者の問題意識をかきたてることにもなったからです。即ち、以前は、解雇されても、または差別されても、訴訟に持ち込むことはなかった従業員が、訴訟を提起するようになったということです。保険会社も、中小企業のための雇用慣行賠償責任保険を積極的に販売するようになりました。下は、そのカバーの一例です。

中小規模企業のための雇用慣行賠償責任保険

担保内容: クレーム・メード、防御費用、先行行為カバー (注)
 限度額: \$250,000~\$1,000,000 (\$1,000,000以上も手配可能)
 免責金額: \$1,000 (最低限)
 保険料: \$1,000 (最低限)

この保険については、ほとんどの保険会社がロス・コントロール・サービスを提供します。保険会社のロス・コントロール・サービスを受けることは必須ですが、企業みずから訴訟を受けないようにするための対応策をとらなければなりません。

たとえば

- 新規採用の手順の見直しをすること
 新規採用広告の文言に差別用語が含まれていないか?
 面接時に人種や年齢について差別用語を使用していないか?
- 従業員同士の接し方に関する会社の方針を記したものを
 オフィスに掲示し、従業員ハンドブックにも掲載する
- 定期的に社内セミナーを行い、同僚や部下との接し方について注意を喚起する
- セクシュアル・ハラスメントや差別を受けた場合の対処方法
 (誰に、どのような手順で報告するかを作成し、従業員に認識させる)
- 言うべきでないこと、すべきでないことを明確にし、役員と
 従業員全員が認識する
- 発生した全ての行為の記録をつける

(注) 先行行為 (Prior Act): 保険始期前に発生した行為

米国駐在員事務所 SGN Pacific Insurance Brokerage, Inc.
 1420 Turk Street, Suite#PH1B
 San Francisco, CA 94115, U.S.A.
 TEL (415) 929-9910 FAX (415) 929-8602
 mailto:info@sgnpacific.com
 http://www.sgnpacific.com/

* 新入社員紹介



西尾 直恵

ワールドインシュアランスサービス株式会社 (西日本)

昨年5月よりお仕事をさせていただいております。ワールドインシュアランスサービスの西尾直恵と申します。以前は、リフレッシュサロンやスポーツクラブなどで、手技療法士の資格を活かした仕事をしておりました。事務経験もほとんどないうえに保険業界に接するのも初めてで、戸惑うことが多々ありますが、学ぶ姿勢を崩さず日々頑張っていきたいと思っておりますので、今後ともご指導のほどよろしくお願いいたします。



川村 喜代美

ワールド保険代行株式会社 (東京)

1月7日付で入社いたしました川村喜代美と申します。保険の仕事は浅く、また新しく覚えていくことばかりですので不安もありましたが、周りの皆様にも恵まれ、新鮮な気持ちで日々の業務に取り組んでおります。一日も早く慣れ、ご迷惑をおかけしないよう努力して参りますので、ご指導ご協力くださいますよう、どうぞよろしくお願いいたします。

“ワールド保険グループ”は、生・損保代理店部門、ブローカー部門共々サービスの充実に努めてまいります。

ワールド保険代行株式会社	東京	〒103-0023	東京都中央区日本橋本町1-4-12	TEL 03-3273-6541	FAX 03-3273-6588
	大阪	〒541-0045	大阪市中央区道修町3-4-11	TEL 06-6201-3121	FAX 06-6222-1967
	神戸	〒650-0024	神戸市中央区海岸通5	TEL 078-391-8710	FAX 078-331-9239
	岡山	〒700-0824	岡山市内山下2-3-10	TEL 086-222-2130	FAX 086-222-2195
ワールドインシュアランスサービス株式会社	東京	〒103-0023	東京都中央区日本橋本町1-4-12	TEL 03-3273-6551	FAX 03-3273-6590
	大阪	〒541-0045	大阪市中央区道修町3-4-11	TEL 06-6222-7701	FAX 06-6222-7700
	西日本	〒751-0875	下関市秋根本町2-10-10	TEL 0832-63-2363	FAX 0832-63-2362
ワールドサービス株式会社		〒541-0045	大阪市中央区道修町3-4-11	TEL 06-6222-1966	FAX 06-6222-1967

■ 平成20年4月発行 ■ ワールド保険代行株式会社 ■ 編集人 泉 能之 ■ 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町1丁目4番12号 日本橋センタービル6階 TEL 03-3273-6541 FAX 03-3273-6588